

Алимахунов А.

**МААЛЫМАТТЫ СҮРӨӨНЧҮЛҮК
КООМДУК АҢ-СЕЗИМДИ ЧАЙКООЧУЛУКТУН
МЕХАНИЗМДЕРИНИН БИРИ КАТАРЫ**

Алимахунов А.

**ЛОББИЗМ ИНФОРМАЦИИ КАК ОДИН
ИЗ СПОСОБОВ МАНИПУЛИРОВАНИЯ
ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ**

A. Alimakhunov

**LOBBISM OF INFORMATION
AS ONE OF THE WAYS OF MANIPULATING
PUBLIC CONSCIOUSNESS**

УДК: 327.324.2

Бул макалада автор тарабынан маалымат коомдук аң-сезимди калчоонун механизмдеринин бири катары каралды. Автордун пикири боюнча коомдук аң-сезимди калчоо максатында маалыматтар белгилүү бир контенттер менен оңдолот. Ошондуктан мамлекеттик органдар ар бир программаны, гранттарды, проекттерди цензурадан өткөрүүсү зарыл. Дүйнөлүк маалымдулук практикасында протекционизм формалдуу жана формалсыз сүрөөнчүлүк катары ишке ашаары белгиленди. Кыргызстандын маалымдуулук мейкиндинде сүрөөнчүлүк иш-аракеттер менен биринчи кезекте көптөгөн ЭАУ, эл аралык мамилелердин субъектилери, партиялар, этностук диаспоралар, ж.б. Анткени, алар маалыматтарды сүрөөнүн негизинде, маалыматтардын агымын толугу менен тескешип, келечекте коомдун социалдык, адептик башаттарынын гуманитардык ойрон болушуна шарт түзүшөт. Бир нече телеканалдардын, массалык маалымат каражаттарынын маңызын ачуу менен автор мамлекеттик массалык маалымат каражаттарын, өзгөчө техникалык түзүчүлөрүн сүрөөнчүлүк зарылдыгын көрсөттү.

Негизги сөздөр: мамлекет, коом, саясат, маалымат, агым, контент, сүрөөнчүлүк, протекционизм, кызыкчылык.

В данной статье автором рассматривается информация как один из механизмов манипулирования общественным сознанием. Автором отмечено, что для манипулирования сознанием общества в информации могут быть вмонтированы те или иные контент. В связи с этим государственным органам необходимо проявлять ценз на ту или иную программу, гранты, проекты. Обозначено, что в мировой информационной практике протекционизм проявляется в форме лоббизма: неформальном и формальном. В кыргызстанском информационном пространстве лоббистской деятельностью в первую очередь, занимаются многочисленные НПО, субъекты международных отношений, партии, этнические диаспоры и т.д. Поскольку, лоббируя информации, задают приоритеты событий, контролируя

поток информации, что впоследствии могут создать условия для гуманитарного краха, связанные с разрушением нравственного и социального устоев общества. Раскрывая сущность ряда телеканалов, средств массовой информации, автор отметил, о необходимости лоббирования государственных средств массовой информации, в особенности его технических составляющих.

Ключевые слова: государство, общество, политика, информация, поток, контент, лоббизм, протекционизм, интерес.

In this article, the author considers information as one of the mechanisms for manipulating public consciousness. The author noted that for the manipulation of the consciousness of society in the information can be mounted certain contents. In this regard, government bodies need to show qualifications for a particular program, grants, projects. It is indicated that in world information practice protectionism manifests itself in the form of lobbying: informal and formal. In the Kyrgyz information space, lobbying activities are primarily carried out by numerous NGOs, subjects of international relations, parties, ethnic diasporas, etc. Because, lobbying for information, they prioritize events, controlling the flow of information, which subsequently can create conditions for a humanitarian collapse associated with the destruction of the moral and social foundations of society. Revealing the essence of a number of television channels and mass media, the author noted the need for lobbying for state-owned mass media, especially technical components.

Key words: state, society, politics, information, flow, content, lobbying, protectionism, interest.

В современном мире через средства массовой информации общественность получает информацию социально-экономического, культурного и политического содержания. Данные содержания, в определенной степени формируя отношения общества к полученным информациям, пробуждают в общественном сознании положительные или негативные мнения,

отзывы, идеи. Тем не менее, на основе сформированных идей, мнений определенная часть населения проявляет активную или пассивную позицию. При активной позиции в обществе в целях поддержки той или иной информации формируются группы. При этом, позиции сформированных групп должна совпадать с позицией СМИ по данной информации, поскольку каждая отражаемая информация через то или иное СМИ в определенной степени позицию СМИ. Безусловно социально-экономические, политические процессы в развитии каждого общества трудно представить без активной поддержки общественности. Активная позиция общественности зависит от его политического сознания.

Поэтому, изучение информационной безопасности и его составляющих важно с позиции политизации кыргызстанского общества, что требует концептуальную проработку ближайшей и дальнейшей перспективы обеспечения информационной безопасности личности и общества в целом. Средства массовой информации и ее влияния на общество определяется, как «обратная связь», общества к власти и аналогично власти к обществу. «Обратная связь» проявляет сущность таких процессов как «агрегирование и артикуляция», т.е. это «требований и поддержки» общества. В данном случае СМИ выступает как интегрированное сосуществование политической и социальной категорий [1, с. 44]. Для интегрированного сосуществования СМИ задают приоритеты событий. Поэтому, когда информационный поток создает новую реальность, отличающийся от традиционного восприятия реалий, то общество должен реагировать.

Когда общество проявляет интегрированный интерес к тем или иным событиям можно судить об уровне интегрированности общества, независимо в каком контексте в информацию вмонтированы факты, какими словами описана факт, что подчеркивается, о чем умолчали и т.д. Нам необходимо отметить то, что основной целью вмонтирования информации является манипулирование сознанием общества. Вмонтированные информации представляют наибольшую опасность для общества. Благодаря этим информациям политические лидеры, субъекты, политические партии получают возможность как открыто, так и скрытого манипулирования общественным сознанием. Манипулирование как правило предполагает определенную цель. И для достижения этой цели идет процесс вмонтирования информации, включающая все средства, оправдывающие личностные, партийные или интересы социальных групп.

Немаловажное значение имеют и издания, кото-

рые реализуются в киосках печатные газеты, специальные выпуски журналов, содержащие различного рода буклеты. Благодаря средствам информации общество черпает необходимую информацию необходимую для формирования политического сознания и культуры. В содержание этих средств монтируются именно те контенты, которые могут оказать ожидаемые отклики среди читающей части населения.

В Кыргызстане было проведено медиаисследование, с целью выявления какая доля населения пользуется средствами массовой информации газетами, предпочитают какой канал или программу. Данное исследование было профинансировано общественным фондом «Сорос-Кыргызстан», а также Представительством Интерньюс Нетуорк в нашей стране. Согласно данного исследования «Независимо от версии печатного издания основным языком, который предпочитают читатели является кыргызский. Однако около 35% читателей интернет-версий печатных СМИ предпочитают русскоязычные публикации [2, вход. 16.08.2019].

В истории человечества, с первых дней изобретения радио, она имела немаловажное значение после газет и листовок. Радиовещатель или как обычно мы называем диктор, освещая тот или иной факт, событие придает эмоциональную окраску, способствуя пробуждению в самосознании определенных чувств, ненависти, солидарности. И как отметил российский политолог В.М. Березин в своей работе «Сущность и реальность массовой коммуникации», что «для радиостанций характерна четко определенная аудитория с конкретными политическими ориентирами [3, с. 51]. Поэтому, определенная часть населения, слушают радио, которые ретранслируются под патронажом западных стран, в частности, как «Би-би-си», «Голос Америки», «Свобода» и Британские новости [4, с. 178]. В регионах нашей страны, русский язык заметно отходит на второй план и служит уже не столько средством для межнационального общения, сколько источником передачи информации. Эксперты отмечают, в частности российский политолог Поддубская Т.А. отмечает, «что с оттоком русскоязычного населения с окраин Кыргызстана русский язык вообще исчезает из обихода местных жителей» [5, вход: 12.08.2019].

Всем известно, что вещательные телекомпании, газеты издаются через финансирование тех или иных депутатов, фондов. Содержание лоббируется в зависимости от конечных целей. Поэтому обладая монополией на газеты и телеканалы, они определяют контенты и «задают приоритеты событий» [6, с. 44]. В кыргызстанском обществе достаточно социальных,

экономических и других проблем, события, которые ждут своего часа обсуждения, но до общественности доходит только та их часть, которая находит отражение в страницах СМИ, что впоследствии вмонтированные информации становятся объектом или сферой внимания общества.

На информационном пространстве пытаются заявить о себе те, кто занимается политической рекламой, делают основную ставку именно на телевизионные и радионные информационные выпуски, которые пользуются особой популярностью. Можно ли применить понятие протекционизм по отношению к СМИ, масс-медиа поскольку конкуренция со стороны более сильных иностранных СМИ может привести к банкротству или формированию неэффективной для данной страны тех или иных национальных СМИ. Протекционизм в информационном пространстве способствует развитию в стране определенных СМИ, каналов [7, с. 23].

В нашей стране протекционизм стал одним из условий для развития индустрии масс-медиа. Для развития отечественной информационной индустрии государство должна проявлять заинтересованность в повышении технического уровня. Поскольку государственные телеканалы, радиовещания имея статус общественно-правового института, должны иметь контент информации, которые отражают национально-государственные интересы общества. Поэтому государство должно лоббировать эти телеканалы и масс-медиа.

В целях обеспечения информационной безопасности государство должно принять приемлемую форму ценза на ограничение показа иностранных масс-медиа.

Оценка данного процесса в динамике позволяет предположить, что замещение некоторых каналов, особенно субботные и воскресные передачи иностранными мультфильмами, фильмами и другими передачами, может привести в будущем гуманитарному краху, связанные с разрушением нравственного и социального устоев общества.

В мировой информационной практике протекционизм проявляется в форме лоббизма: неформальном и формальном. Например, неформальный лоббизм – это косвенные способы, с помощью которых оказывается влияние на электорат с целью проведения благоприятной для лоббистов политики во всех сферах общества. Тогда, как формальный компонент лоббизма – это деятельность лоббистских групп, комитетов политических акций, медийных групп и т.д. Среди них, например, мы можем назвать организации, защищающих интересы страны, в том или ином

государстве как “Американский еврейский конгресс”, “Американский еврейский комитет”, “Американцы за безопасность Израиля», «Центральный совет мусульман Германии» и др.

Таким образом, лоббистской деятельностью в информационном пространстве, в первую очередь, занимаются многочисленные НПО, субъекты международных отношений, партии, этнические диаспоры, которые выступают одним из основных спонсоров тех или иных СМИ, масс-медиа, становясь марионетками в руках той страны, которые финансируют. Они лоббируют их интересы создавая в информационном пространстве, то информационное поле, наполняя содержанием той информации, которое служит основой манипулирования.

Согласно мнения отечественного философа М.М. Высоцкой, которая в своей кандидатской диссертации на тему «Манипулирование сознанием в контексте философской рефлексии» отмечает, что «в этом поле применяются технологии и механизмы манипулятивного воздействия на общественное сознание через скрытое воздействие» [6, вход: 18.07.2019], определяющие подверженность масс манипуляции сознанием заполнением информационного пространства.

Информация также является объектом манипуляции, при применении методов изменения. В частности из содержания текста выделяются определенные фрагменты, они дополняются идеями, мыслями, после чего приобретают тот необходимый контекст и преподносятся как «самостоятельная трактовка» [7, с. 42] и т.д. Уникальность ситуации в Кыргызстане в том, что государственного контроля над информационным потоком не существует, все печатные издания и электронные СМИ работают в отсутствии цензуры. Собственниками средств массовой информации в основном являются частные лица, либо штат сотрудников. Это позволяет СМИ вести независимую от государственных органов редакционную политику. Исключение составляют лишь государственные телерадиовещательные корпорации и несколько печатных изданий, учрежденных правительством, которые, как отмечают многие независимые эксперты, зачастую не могут противостоять политическому давлению со стороны правительства. В целом же потребность населения в информации удовлетворяют свыше 400 периодических изданий – газет и журналов, 11 радиопрограмм, 9 каналов телевизионного вещания [8, с. 116].

Отсутствие цензуры и традиционное доверие к печатному слову, и особенно к телевидению, выдвигает

гают СМИ в Кыргызстане на основную роль в формировании общественного мнения. СМИ и как отметил отечественный политолог Н.Айтмурзаев «становятся средством управления, приобретая ранее им несвойственные функции» [9, с. 101] включая вопросы касающиеся общественной жизни его сфер как социальная, экономическая, политическая и духовная.

В целом, можно отметить, что, в современном Кыргызстане, органы власти, которые непосредственно в функциональную функцию обязанности входит обеспечение информационной безопасности общества систематически должны применять специальные методы и средства, способствующие предупреждению угроз и вызовов политической стабильности. В этой ситуации государство должна оказывать экономическую, финансовую поддержку, независимо от того как мы будем его называть, протекционизм или лоббизм.

Литература:

1. Адильбеков С.С. Средства массовой информации в политических системах Республики Казахстан и Кыргызской Республики: сравнительный анализ. - Бишкек, 2017. - 76 с.
2. Медиа предпочтении населения Кыргызстана (8 волна) <http://bizdin.kg/static/media/pdf/Otchet-media-issledovani>
3. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации: - М., 2002. - С. 43.
4. Мырзагулов М.М. Телевидение в Кыргызской Республики в контексте формирования и трансформации системы СМИ среднеазиатского региона. / Дисс. на соискание уч. степ. канд. полит. наук. - СПб., 2007. - 225 с.
5. Поддубская Т.А. Роль русского языка в медиасистеме стран СНГ в период обострения международных отношений. <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-russkogo-yazyka-v-mediasisteme-stran-sng-v-period-obostreniya-mezhdu-narodnyh-otnosheniy>, вход. 12.08.2019.
6. Высоцкая М.М. Манипулирование сознанием в контексте философской рефлексии. / Дисс. ... канд. филос.н. - Бишкек - 141 с. <http://www.dslib.net/filosofia/manipulirovanie-soznaniem-v-kontekste-filosofskoj-refleksii.html>. вход: 18.07.2019.
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М., 2000. - С. 42-43.
8. Исабаев Б.О. Средства массовой информации в политико-коммуникационной системе казахстанского общества: политологический анализ. / Автореф. доктор. полит. наук. - Бишкек, 2011.
9. Айтмурзаев Н.Т. Средства массовой информации в современной политике (на материалах Республики Кыргызстан). / Вестник Московского государственного областного университета, №3. - М., 2017. - С. 101.